

創業計画書 補足資料

株式会社△△クロス商店

本資料は創業計画書の項目番号に対応した補足説明です。記入欄では書ききれない事業内容や数値の根拠をまとめています。架空の計画例です。

補足 1. 経営者の略歴等

創業計画書の経歴欄に記載したサブスク会員56名は、個人事業（副業）時の実績です。以下、その獲得プロセスを時系列でご説明します。

経過月	フォロワー	会員数	実施した施策
1カ月目	0人	0名	- 個人事業として韓国・東大門の直接取引ルートを開拓 - サイズ（S/M）・色展開を絞り、過度な在庫や試着目的の大量注文への対策を検討 - Instagramでテスト販売を開始 - 月額制レンタルサブスク（半年継続コース：新規加入時の初月無料、2～6カ月目は通常料金）を導入 - EC購入者・サブスク会員向けの受注予約システムを導入 「顧客着用投稿キャンペーン」（投稿に応じた割引還元）を開始 - 今後のモデル起用も視野に、条件を満たす投稿者への謝礼を検討 - LINE公式アカウント、ポイント施策、リピーター優待策を導入 - 同業種の経営者から半年間のコンサルティングを受講（費用は個人事業時代に支払済）
5カ月目	3,000人	20名	有名インフルエンサー数名にプロモーション費用を支払い、投稿企画を実施。フォロワーとサブスク会員数が増加。
12カ月目	4,542人	56名	現状の実績に到達。

サブスク（レンタル）、受注予約システム、顧客着用投稿キャンペーン、LINEポイント施策、リピーター優待策および半年継続コースは、事業開始時より導入しました。序盤は認知拡大に時間を要しましたが、5カ月目のインフルエンサーを起用した投稿企画をきっかけに、フォロワー・会員数の増加が進みました。

また、半年間にわたり同業の経営者からコンサルティングを受け、商品選定・在庫回転・SNS運用のノウハウを習得しました。費用は個人事業時代の自己資金で支払済みのため、今回の創業資金には含めていません。

補足 2. 取扱商品・サービス

EC：3日以内返品保証の仕組み

実店舗を持たない判断について補足します。EC購入時の3日以内返品保証（タグ付き未使用限定）によって購入前に試着できない不安を和らげ、サブスクリプションが「気軽に何着も試せる」という体験を提供することで、店舗を持たない販売方法を補っています。返送料は顧客負担です。

一方、返品を認める事業には、色違いの商品を何着も注文して試着代わりに使い、大半を返品するなどのリスクがあります。タグ付き未使用などの条件設定とサイズ（S/M）・色展開の絞り込みを組み合わせ、返品負担や余剰在庫の抑制を図ります。

外注費（月5万円）の内訳

外部スタッフへの業務委託費（月5万円）は、①新作入荷時の着用撮影・モデル業務、②代表の韓国渡航中（2カ月に1回）の国内発送代行の対価として想定しています。

サブスク：なぜ選ばれるのか（顧客インサイト）

ターゲットである25～35歳の女性の中には、Instagramなどに日常的に服装を投稿する層が一定数存在します。この層には「同じ服を何度も着回しているのを見られたくない」というニーズがある一方、新しい服を都度購入するのは費用・収納の両面で負担です。

月額制レンタル（月3回まで交換可）は、この負担を減らすサービスです。受注予約システムはEC購入者・サブスク会員の両方に導入し、事前の受注数を仕入れ・在庫計画に活用します。顧客着用投稿キャンペーンとの相乗効果も狙います。

料金体系

区分	価格	備考
EC単品購入	0.5万円～1.8万円 （平均客単価1.1万円）	3日以内返品保証（タグ付き未使用限定・返送料顧客負担）
サブスク（半年継続コース）	月額1.0万円 （新規加入時の初月無料、原則途中解約不可）	月3回まで交換可。受注予約システム対応。同一在庫の循環利用を想定。

半年継続コースでは、新規加入した月の料金を無料とし、2～6カ月目は通常料金を適用します。契約を継続した場合でも、初月無料特典は再適用しない前提です。無料期間中の会員にも商品の調達・維持などに伴う費用は発生します。

補足 3. 事業の見通し

創業計画書に収まりきらない売上・原価・経費の算出根拠を補足します。個人事業時代（1年間）の実績は、フォロワー4,542人・サブスク会員56名です。法人化による広告投資の拡大を見込み、創業当初は月商約216万円、軌道に乗った後（開業1年後目安）は約302万円を計画します。

売上の内訳（月平均）

売上区分	創業当初	軌道に乗った後
EC（単品販売）	145件／約160万円	204件／約224万円
サブスク	56名／56万円	80名／78万円
売上高合計	216万円	302万円

創業当初の56名は、個人事業時代から継続する有料会員として計上します。軌道に乗った後は会員80名を想定し、当月の新規加入者2名に初月無料を適用する簡易計画とします。したがって、月額1万円×有料会員78名＝78万円と見込みます。

※この試算では、会員数の純増数を新規加入者数とみなし、解約者は見込んでいません。実績ではなく記入例上の仮定です。EC売上は平均客単価1.1万円×注文件数から算出し、万円単位に四捨五入しています。

原価の考え方

- EC販売：韓国・東大門の直接仕入れに係る商品代、関税・輸入消費税・国内配送料を含める前提で、売上高の60%を原価として見込みます（関税・商品配送費を含む概算。実際の税務上の取扱いはい個別に確認）。
- サブスク：販売用商品とまとめて仕入れた在庫の一部をレンタルに活用します。無料会員も含む登録会員1名当たり月4,000円（通常料金1万円の40%相当）の調達・維持関連費用を見込む簡易的な計画です。
- ECの返品時の返送料は顧客負担。サブスクでは返送用の着払梱包袋を同封する想定です。

売上原価の試算：創業当初はEC約95.7万円＋サブスク22.4万円＝約118万円。軌道に乗った後はEC約134.6万円＋サブスク32万円＝約167万円（いずれも万円単位に四捨五入）。

経費と利益（月平均）

費目	創業当初	軌道に乗った後
役員報酬	45万円	50万円
法定福利費（役員報酬の15%概算）	約7万円	約8万円
倉庫家賃	0万円	5万円
支払利息（暫定値）	1万円	1万円
その他経費（外注費・仕入渡航費等・広告費・システム料・雑費等）	33万円	41万円
経費合計	86万円	105万円
売上原価	118万円	167万円
利益（概算）	12万円	30万円

注：万円単位の表示額で再計算した概算です。支払利息は借入450万円・当初年利約2.7%から求めた概算です。社会保険料の実額、レンタル商品の会計処理、資金繰りの妥当性は実際の条件に応じて確認が必要です。

補足 4. 自由記述欄

創業計画書の自由記述欄に記載した「リスク低減構造と顧客参加型マーケティング」について、具体的な運用イメージを補足します。

- ・外部の撮影モデル・発送スタッフへ必要な業務を委託（月額5万円を想定）し、固定人件費を抑える
- ・サイズ（S／M）・色展開を絞り込み、過剰在庫リスクを抑制する
- ・Instagramショップ／Meta広告からShopifyへ誘導し、TikTok Shopのアプリ内決済も並行運用する
- ・「顧客着用投稿キャンペーン」（プレゼント・割引還元）により、口コミ拡散と撮影コストの削減を目指す
- ・軌道に乗った後は顧客参加型施策や一般アンバサダーへ撮影モデル枠を順次移行し、特定個人に依存しない体制を目指す

事業の基本方針は、実店舗の固定費を抑えながら、EC販売とレンタルサブスクを組み合わせることで顧客接点を増やし、在庫の有効活用を図ることです。

創業時の資金計画と入金遅延への備え（概算）

初期資金は自己資金250万円、公庫借入450万円の合計700万円とし、EC構築等150万円、初期在庫150万円、韓国渡航・現地デポジット50万円を準備します。開業後の運転資金として350万円を確保します。

確認する条件	設定	試算結果
売上代金の回収	全額2カ月後入金の遅延ケース	月商216万円で試算
補充仕入と経費	初月の追加仕入0万円、2カ月目86万円、3カ月目118万円／経費は毎月86万円	月末現金残高：1カ月目264万円、2カ月目92万円、3カ月目104万円

※簡易試算は借入元金の当初6カ月据置を前提としています。売上原価を補充仕入の代理値とした仮定を含むため、実際の仕入額・現金支出の検証や融資審査の結果を保証しません。借入期間は7年（据置6カ月を含む）とし、据置後の元金返済は月約5.8万円、支払利息は当初年利約2.7%の場合に月約1万円と見込みます。

補足 5. 今後の展開・施策ロードマップ

創業後～1年：基盤の安定化

- LINE公式アカウントのポイント制度を拡充し、継続率の向上を図る
- 在庫回転データを記録・分析し、サブスク用アイテムの適正な保有点数を検証する
- 既存会員向けの「友人紹介プログラム」を導入し、紹介者・被紹介者の双方に特典を設ける
- LINEチャットボットによる簡易スタイリング診断を導入し、個別の提案を充実させる

1年～2年：獲得チャネルの多様化・サービスの拡張

- マイクロインフルエンサー（フォロワー1万～3万人規模）とのコラボ投稿を試験実施する
- TikTok Shop広告の本格運用により、ECの新規顧客獲得を強化する
- 半年継続コースの新規加入時初月無料特典を継続し、会員獲得・継続率の向上を図る。6カ月継続した場合の利用料は合計5万円で、1カ月当たり約8,333円に相当する
- 他社とのコラボにより、バッグ・アクセサリ等の隣接カテゴリへのレンタル対象拡大を検討する
- 事業が軌道に乗った段階で、20～25歳向けの姉妹ブランド展開を検討する（実際の需要は事前に検証する）

軌道に乗った後の数値目標と前提

創業計画書では、軌道に乗った後の目安として、EC販売月204件、サブスク会員80名、月商約302万円、月次利益約30万円を想定しています。サブスクの無料対象者は当月の新規加入2名と仮定しており、会員数の純増がそのまま新規加入者数に当たる簡易計画です。

今後はSNSや紹介制度を通じた顧客獲得を進める一方、会員増加に伴う商品仕入れ、配送、レンタル維持費などの負担も確認しながら収益性の向上を図ります。会員数の増加による上振れは現時点の収支見込みには織り込まず、実際の仕入れ・配送費用や継続率を確認しながら計画を見直します。

まとめ

本資料では、個人事業（副業）時代にサブスク会員56名、フォロワー4,542人を獲得したという設定を土台に、①EC販売（返品保証で試着機会を補う）、②サブスク（在庫を循環利用するレンタル）の二本柱による事業展開を示しました。

ご利用にあたって本資料は架空の記入例です。原価の会計処理、借入金利息、社会保険料、初期資金・資金繰りの妥当性については、計画の実行に際しては実際の条件に応じた確認が必要です。